

# 中国大学生消费分期报告-趣分期

2015年

[www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)



海量行研报告免费读

1

消费分期宏观环境分析

2

消费分期行业发展现状

3

趣分期发展现状

4

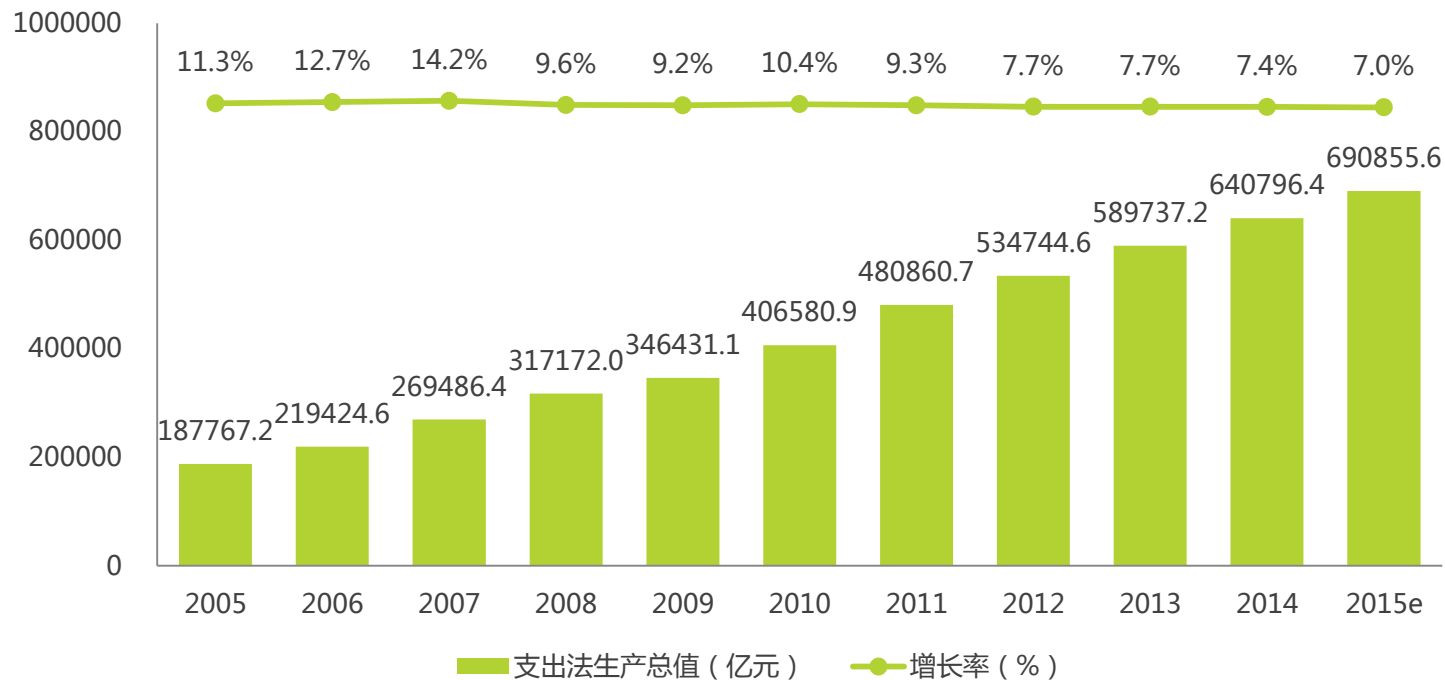
趋势前瞻

# 中国国民经济增速放缓，总量提高

## 2015年中国GDP或接近70万亿

自改革开放以来，中国国民经济长期保持快速增长的态势。数据显示，截止2014年，中国国内生产总值超过600000亿元，且依然保持着超过7%的增长速度。艾瑞咨询认为，虽然增速有所下降，但中国国民经济快速增长的态势将长期持续，其中消费对于GDP的贡献将获得显著提升。

### 2005-2014年中国国内生产总值及增长率



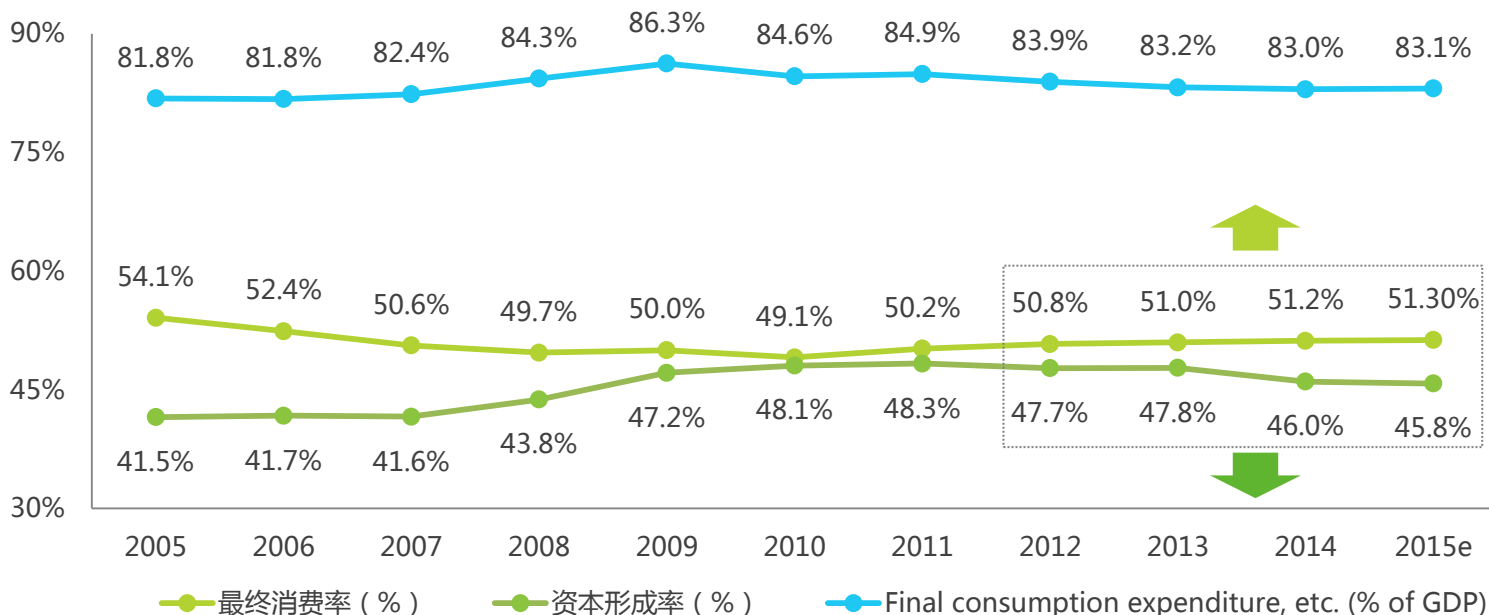
来源：国家统计局，艾瑞咨询。

# 消费对GDP贡献将显著提升

## 2014年中国最终消费率达51.2%，消费对GDP占比有所提升

数据显示，2014年中国最终消费率增长至51.2%，是近7年来的最高值，但与美国相比依然有较大的差距。艾瑞咨询认为，经济危机后的中国经济增长过度依赖投资，导致经济结构失衡，这也是造成目前经济压力沉重的重要原因。与此同时，海外市场情况持续拖累中国经济，美国和欧洲市场的需求对中国出口从而对中国经济增长有很重要的作用，海外市场需求减弱导致货物和服务净出口受影响严重。因此，未来的中国经济增长将核心依赖于对消费的拉动与刺激，这一成果也在2014年的经济数据中有所显现，居民消费的快速增长也将直接利好于消费金融产业的发展，而消费金融也将刺激居民消费的增长。

### 2005-2015年中美两国消费对GDP贡献情况



注释：是指一个国家或地区在一定时期内的最终消费（用于居民个人消费和社会消费的总额）占当年GDP的比率，是衡量国民经济中消费比重的重要指标。资本形成率亦称投资率，通常指一定时期内资本形成总额占国内生产总值的比重。资本形成总额包括两部分，一部分是固定资本形成总额，另一部分是存货增加。

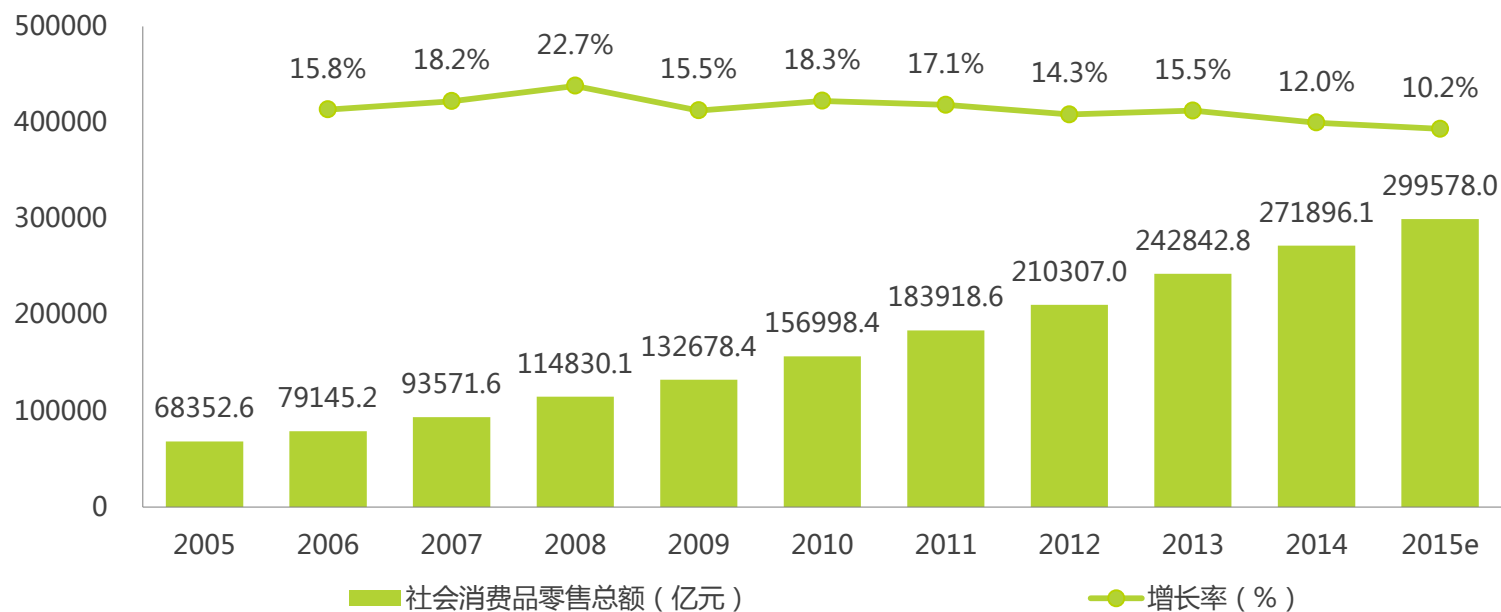
来源：国家统计局，World Bank。

# 中国社会消费品零售总额快速增长

## 2015年中国社会消费品零售总额有望超过30万亿

2014年中国社会消费品零售总额为271896.1亿元，同比增长12%，高于GDP平均每年7%的增速。随着我国民间财富的增长，以及国家对消费的刺激政策，我国居民的消费意愿逐年增高，而且随着电商，移动网购等互联网元素的介入，将使得消费更容易实现。2014年我国经济正式进入结构调整时期，各行各业均受到不同程度影响，转型结束后消费将继续引领经济增长，在这一过程中，互联网和金融的拉动作用，将得到突显。

2005-2015中国社会消费品零售总额及增长率



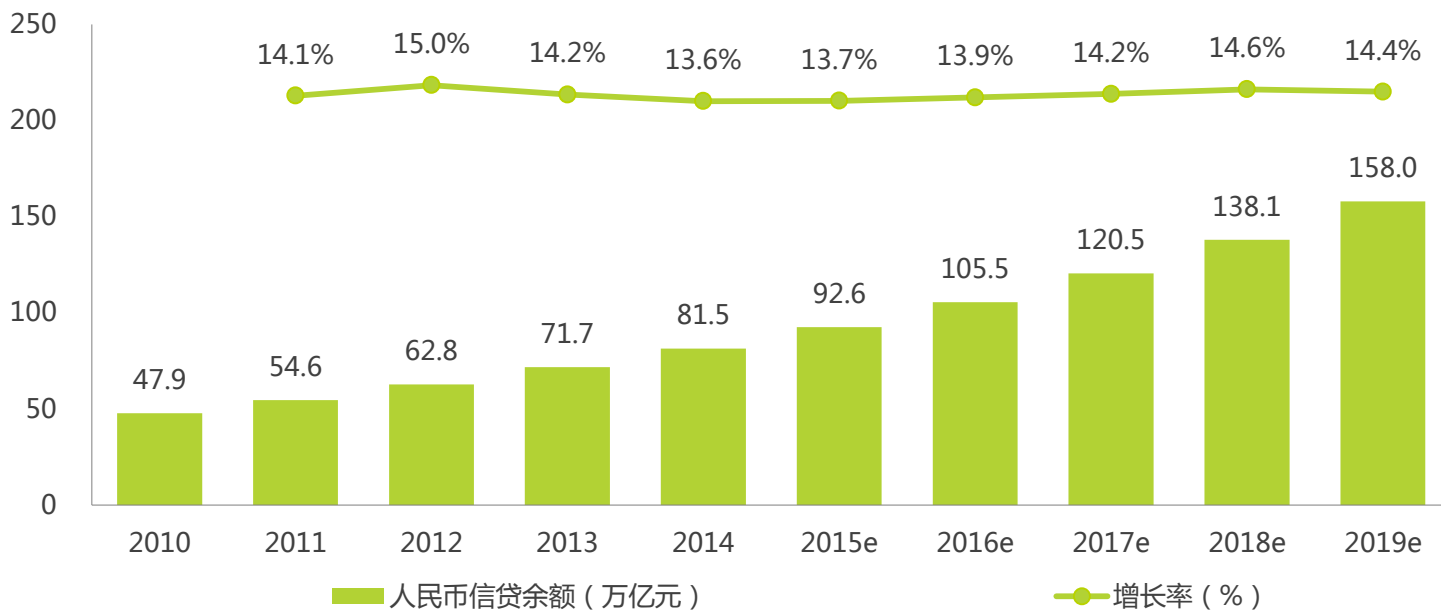
来源：中国人民银行，艾瑞咨询。

# 中国信贷规模增速迅猛

## 2015年中国信贷余额或超过90万亿

近年来，金融在中国经济中处于核心地位，而信贷对于经济正常运行的作用无可替代。但是受制于中国居民相对保守的消费理念，导致信贷在消费领域一直被抑制，同样这种抑制作用通过互联网金融的介入，通过网络分期市场三年左右的市场教育，用户对于消费信贷，尤其是大学生对于消费信贷的接受程度已大为提高。未来在消费市场持续高速增长的社会背景下，消费信贷或成为中国信贷规模增长的主要推动力。艾瑞预计2016年前后，我国信贷余额或将突破100万亿大关。

2010-2019年中国人民币信贷余额及增长率



来源：中国人民银行，艾瑞咨询。

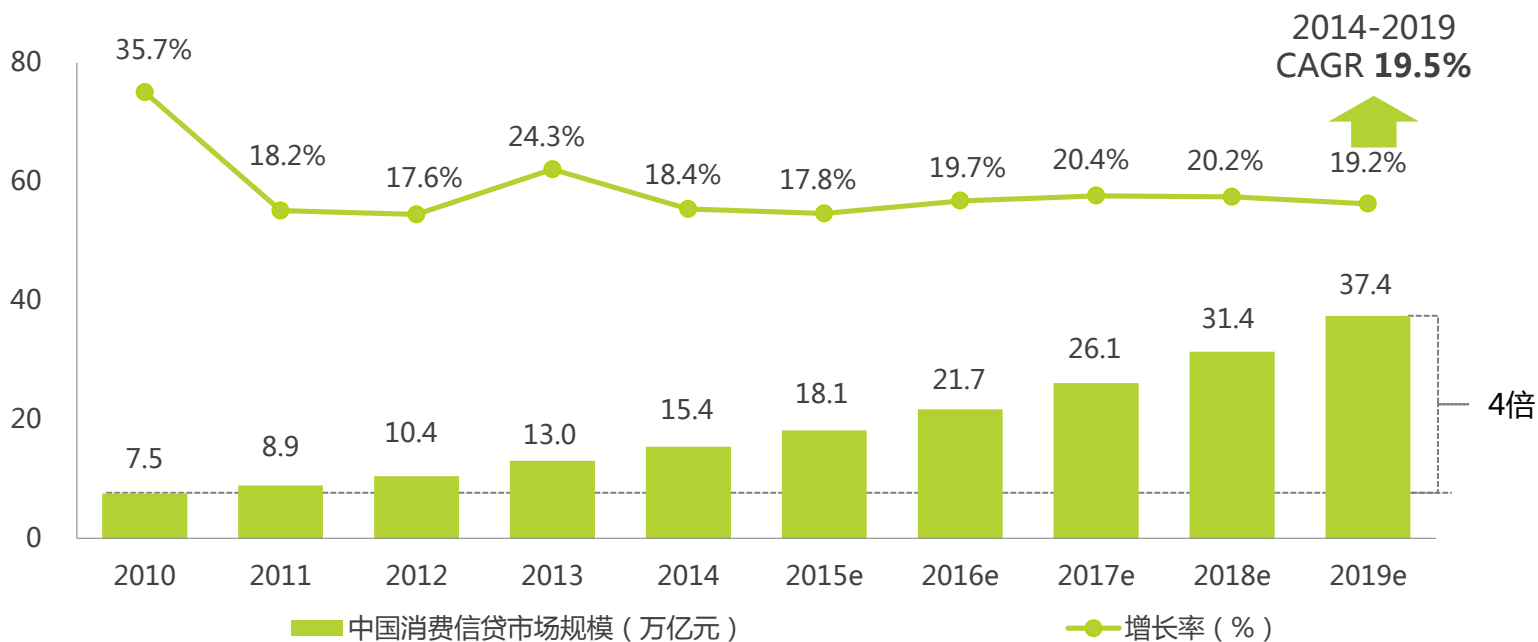
# 中国消费信贷规模快速增长

## 2015年中国消费信贷规模达到18.1万亿，同比增长17.8%

近年来，伴随着我国经济转型对刺激消费、扩大内需进而调整经济发展结构的迫切需求，以及居民收入和消费能力的提升，我国消费金融市场取得了快速的发展。艾瑞咨询数据显示，2014年中国消费信贷规模达到15.4万亿，同比增长18.4%，依然处于快速发展阶段。

艾瑞咨询预计，2014-2019年中国消费信贷规模依然将维持19.5%的复合增长率，预计2019年将达到37.4万亿，是2010年的5倍。

### 2010-2019年中国消费信贷余额规模及增长率



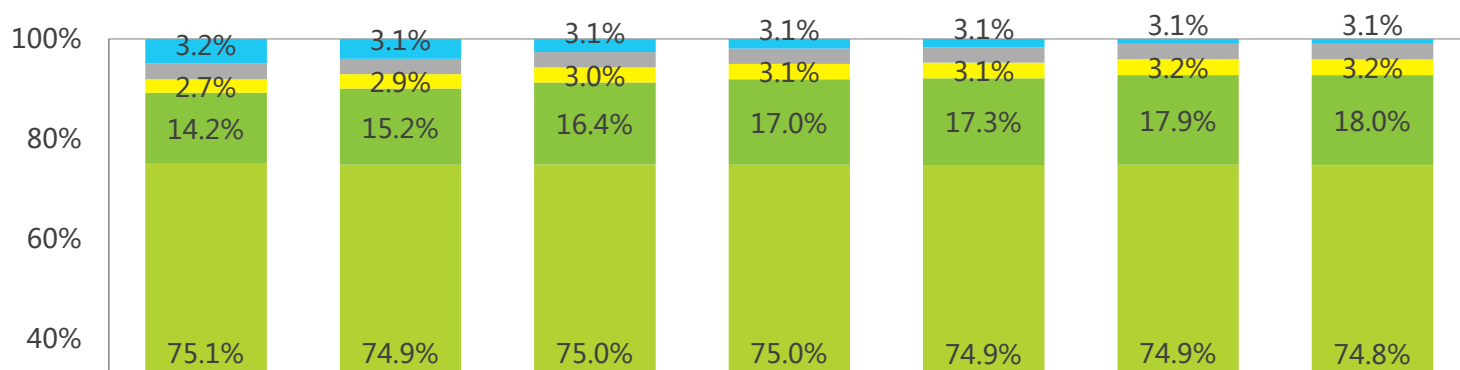
来源：中国人民银行，艾瑞咨询。

# 房贷占比最高，消费潜力巨大

## 中国住房贷款占消费信贷规模75%

从2013年至今，中国消费信贷领域住房贷款占比始终维持在75%左右，是中国消费信贷的绝对主力。这种情况源于银行风控体系的局限性，必须依靠不动产的抵押物，才可以发放贷款，这也是中国消费金融发展缓慢的主要原因。但是市场并不会因银行风控模式的适配性问题而减少对消费的需求，所以消费信贷和金融体系对消费的支持之间存在着落差，在互联网、电子商务以及网络分期等新型模式出现后，由于对用户信用程度和物流的把控，使的旧有的风控体系得到升级，那么随着市场接受程度的增加，未来非房产或购车类的消费信贷会有更大的增长潜力。

2013-2019年中国信贷结构



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_21659](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21659)

